

ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИОКУЛЬТУРНОГО КАПИТАЛА РОДА (НА ПРИМЕРЕ ХАКАССКОГО ОБЩЕСТВА)

Работа выполнена при финансовой поддержке РГНФ

(грант № 14-03-00493а)

Лушникова Ольга Леонидовна

научный сотрудник,

Хакасский научно-исследовательский институт языка,

литературы и истории, г. Абакан

E-mail: oltolt@mail.ru

FACTORS OF FORMTION OF SOCIO-CULTURAL CAPITAL (Example of Khakassiya)

Lushnikova Olga Leonidovna,

researcher, Kchakasskiy Sientific Institute of language,

literature and history,

Abakan

АННОТАЦИЯ

В статье исследуются факторы формирования социокультурного капитала рода (на примере современного хакасского общества). Показано влияние как объективных (исторических, географических, экономических), так и субъективных (родовое самосознание, репутация рода, стереотипы, язык) факторов.

ABSTRACT

The article explores factors of formation of socio-cultural capital (on the example of modern Khakass society). It shows the influence of objective (historical, geographical, economic) and subjective (tribal consciousness, reputation, stereotypes, language) factors.

Ключевые слова: социокультурный капитал, объективные факторы, субъективные факторы

Keywords: social-cultural capital, objective factors, subjective factors.

В современном обществе родовые отношения превращаются в одну из форм социального капитала. Связи, лежащие в его основе, отличаются ограниченным характером, т.к. они формируются исключительно между членами рода. Эти связи носят характер сильных, прочных и крепких соединений, апеллирующих к кровному родству. В основе такого капитала лежит доверие, смысл которого заключается в том, что в процессе социального взаимодействия именно группа как единое целое выступает гарантом выполнения обязательств отдельного индивида.

В конкретных социокультурных условиях такой капитал наполняется особым социокультурным содержанием, поэтому его целесообразно называть *социокультурным капиталом*. По сути, социальный и социокультурный капитал практически идентичны, тем не менее природа социокультурного капитала шире социального капитала, хотя также заключена в социальных связях. Наполняемость социокультурного капитала обусловлена влиянием той социокультурной среды, в которой он формируется.

На формирование социокультурного капитала рода оказывают влияние различные факторы. Во-первых, это структурные факторы, обусловленные социальной структурой общества. Социокультурный капитал рода формируется в условиях особого типа социальной структуры – родового общества, которое накладывает на него определенный отпечаток. Во-вторых, существенную роль играет специфика рода, который представляет собой традиционную ценность, тесно связанную с историческим прошлым, а также вытекающими из него национальными традициями, духовной и материальной культурой, ценностями, которые наполняют его особым социокультурным содержанием.

У современных хакасов родовые отношения воспроизводятся преимущественно в форме закрытого социокультурного капитала. На формирование такого капитала, в первую очередь, оказывают влияние *объективные факторы* (исторические,

географические, экономические), без учета которых невозможно представить современный хакасский этнос.

Основа родовой структуры хакасского народа, по мнению некоторых ученых, сложилась к концу XIX в. – началу XX в.: «...та родоплеменная структура народов Сибири, которая в конце XIX и в начале XX в. выявлялась этнографическим путем, целиком восходила к родовым и племенным подразделениям народов Сибири, установленным в XVII в.» [3, с. 4]. Во-первых, хакасы делились на этнические группы: качинцы, сагайцы, бельтиры, бирюсинцы, койбалы и т.д. Во-вторых, в каждой этнической группе выделялись административные роды, которые были введены русской администрацией. В-третьих, существовали сеоки – многочисленные союзы кровных родственников, которые вели происхождение от одного предка. И, в-четвертых, сеоки состояли из представителей разных фамилий. Такая сложная структура, с одной стороны, создавала путаницу в родовых связях и усложняла процесс взаимодействия, но с другой, за счет переплетения родовых связей закладывала прочную основу, на которой строились родовые отношения.

Существуют, однако, и *субъективные факторы*, оказывающие влияние на формирование социокультурного капитала рода. К ним можно отнести идентичность или самосознание, связанное с принадлежностью к роду, стереотипы, задающие характер отношений на уровне взаимодействия членов разных родов, репутация рода, оказывающая влияние на объем социального капитала каждого конкретного рода, а также язык как ретранслятор особых культурных традиций.

Родовое самосознание как осознание своей принадлежности к роду является одним из способов самоидентификации, а потому играет ведущую роль в формировании социокультурного капитала рода, т.к. создает основу для установления сильных связей внутри рода и определяет характер взаимоотношений с представителями своего других родов. Высокий уровень родового самосознания способствует повышению статуса рода как социальной общности и утверждает ее в качестве особой референтной группы для каждого члена рода. Изучая родовое самосознание, мы исходили из его широкого понимания (согласно трактовке этнического самосознания Ю.В. Бромлея [1, с. 57]) – не только осознание принадлежности к роду, но и комплекс представлений об истории рода, его традициях,

характерных чертах рода, а также совокупность ценностных ориентаций и установок по отношению к другим родам.

Родовое самосознание является значимой частью как этнического самосознания человека, так и идентичности в целом. Результаты опроса, посвященного исследованию особенностям формирования социокультурного капитала у современных хакасов, показали, что на первом месте в структуре идентичностей у опрошенных стоит осознание именно этнической принадлежности, т.е. «хакас/ хакаска» (83,3%), на втором и третьем местах представлены территориальные или географические факторы самоопределения – житель Республики Хакасия (62,5%) и житель России (33,3%). Это может быть связано с особенностью выборки, т.к. её совокупность составляют именно представители хакасского этноса. Однако членом рода себя ощущают 12,5% опрошенных – столько же, сколько и семьянином. Меньше всего респонденты позиционируют себя в качестве гражданина мира, друга/ подруги, коллеги и члена общественной организации.

Необходимо учитывать, что осознание принадлежности к роду является функциональным только в том случае, если подкрепляется соответствующими знаниями об истории рода, его культуре, традициях, а также соответствующим поведением. По данным опроса, только 9,7% респондентов ответили, что хорошо знают историю своего рода (могут назвать некоторые даты, события, имена людей), примерно треть знает лишь отдельные фрагменты и события, большинство из опрошенных (43,3%) знают историю своего рода лишь поверхностно, и 12,3% ответили, что не знают историю вообще.

С одной стороны, низкий уровень знаний хакасов об истории своего рода свидетельствует о невысоком уровне когнитивного компонента родового самосознания, но с другой, отсутствие глубоких знаний замещается высоким уровнем эмоционального компонента. Об этом говорит то, что значительная часть опрошенных (90,7%) испытывает гордость за свой род (варианты ответов «да» и «скорее да»).

В общем, родовое самосознание является значимым субъективным фактором, оказывающим влияние на формирование социокультурного капитала рода в закрытой форме. Исходя из того, что толкование собственно рода у современных хакасов изменилось и свелось фактически к отождествлению к кругу родственников с общей

семьей, соответственно и формирование социального капитала рода происходит на уровне взаимодействия родовой с общей семьей. Это существенно снижает возможности развития такого капитала, но при этом способствует его концентрации в небольшом кругу, что облегчает возможности его использования.

Исследуя влияние факторов на формирование социокультурного капитала рода, необходимо учитывать и роль *стереотипов*. Несмотря на то, что стереотипы являются преимущественно латентными, тем не менее они оказывают существенное влияние на формирование социокультурного капитала рода и особенно ярко проявляются в процессе социального взаимодействия. Так, на уровне межличностного взаимодействия может срабатывать стереотип о неприязни представителей разных этнических групп, например, качинцев и сагайцев, что отразится на характере социальных связей между разными родами. Они естественно будут носить отрицательный характер и не способствовать формированию и приращению социального капитала отдельного рода.

С системой стереотипов тесно связана *репутация* хакасских родов, складывающаяся веками и имеющая практически ведущее значение в качестве субъективного фактора, способствующего накоплению социокультурного капитала рода. Смысл репутации наиболее полно отражается в определении социального капитала М. Белливио, С. О' Рейли и Р. Вейда, которые считают, что именно личные индивидуальные сети и элитные институциональные принадлежности составляют групповой социальный капитал [5]. Этим подчеркивается дифференцированный характер социального капитала, объясняющий важность статусной позиции тех групп, к которым принадлежит индивид. Репутация в первую очередь связана с социальным неравенством, а также с феноменом знатности. Естественно полагать, что те социальные группы, которые стоят выше в социальной иерархии, обладают большим объемом социального капитала.

Отголоски знатности в условиях современного общества проявляются через феномен известности рода, поэтому для исследования проявлений знатности у современных хакасов, мы выявляли, какие роды, по мнению опрошенных, считаются известными. К известным хакасским родам (в традиционном понимании – сеокам), по мнению опрошенных, относятся следующие роды. Данные опроса показали, что

наиболее известными, по мнению опрошенных, являются роды, относящиеся к бирюсинской этнической группе хакасов. Исторически этническую основу *бирюсинцев* составили кыргызские киштимы, часть самих кыргызов, а также тувинские элементы. Кроме того, по сведениям В.Я. Бутанаева, названия многих сеоков бирюсинцев связаны с местами их расселений, часть которых сохранилась и сегодня [2, с. 16]. Может быть, поэтому в сознании современных хакасов так прочно закрепились названия бирюсинских сеоков, что они помнят их до сих пор.

Однако учитывая тот факт, что толкование сущности рода у современных хакасов изменилось, оно преимущественно сводится к кругу родственников с общей фамилией, необходимым было выяснить, какие фамилии, по мнению респондентов, считаются известными. Результаты опроса показали, что наиболее известными родами являются роды (в смысле фамилии), также относящиеся к бирюсинской этнической группе (Боргояковы, Топоевы, Майнагашевы, Канзычаковы и др.). На втором месте стоят роды качинской этнической группы (Чаптыковы, Коковы, Ботины и др.). На третьем месте – роды бельтирской группы (Чебодаевы, Сагалаковы, Асочаковы и др.), на четвертом – сагайской (Катановы, Анжигановы, Костяковы).

Этнографический анализ не выявил взаимосвязи между известностью современных родов и их знатностью в прошлом, скорее всего известность родов-фамилий связана с их многочисленностью и распространенностью в современном обществе. Однако несмотря на то, что сагайская группа является самой многочисленной, тем не менее роды из этой группы, по мнению респондентов, не относятся к категории известных. Кроме того, следует отметить, что в этом списке нет родов из кызыльской и койбальской этнических групп, что, во-первых, можно объяснить их малочисленностью, во-вторых, слиянием с другими этническими группами, и в-третьих, с тенденцией к обрусению.

Влияние репутации родов как субъективного фактора преимущественно отражается на объеме социокультурного капитала разных родов, т.к. связано с различным социальным положением в иерархии общества. Как правило, знатные роды обладают большим объемом социального капитала, занимают более важные посты, имеют связи с государственными структурами или бизнес-элитой. *(Есть такие хакаские фамилии, которые постоянно на слуху, потому что занимают*

определенное положение в политике, во власти. Кто-то говорит, есть там такие-сякие «-ивы» и «-евы», они у власти постоянно, десятилетиями находятся там. Из интервью с представителем рода Y). Естественно предположить, что незнатные роды или роды с «плохой» репутацией имеют в наличии небольшой объем социального капитала. Это объясняется, во-первых, изначально отсутствием большого объема капитала по причине «плохой» репутации, которая формирует стереотипное мышление, снижающее вероятность налаживания прочных социальных связей. А во-вторых, роды, имеющие большой объем капитала, охраняют его, ограничивая доступ к нему представителям других родов.

Ограничение доступа к социокультурному капиталу рода проявляется в различных формах. К примеру, существуют отдельные хакасские роды, представители которых из года в год занимают важные политические посты. Это привело к формированию круга «своих» людей, которые передают власть друг другу, поэтому представители других родов, как правило, не имеют возможности занять эти должности. *(Бывает такое, когда эти «-евы» занимают позиции, и были случаи неоднократные, когда «-евы» не пускают «-овых»). Из интервью с представителем рода Y).*

Проявления феномена знатности родов наиболее ярко отражаются в материальной культуре, в которой выявляются все значения, ценности и нормы, принятые данным обществом, т.е. вся палитра культурных смыслов. При этом особое значение имеют символические признаки рода, служащие выражением его значимости или функциональности в условиях современного общества. К примеру, одним из символических объектов, выполняющих функцию идентификации рода, является *тамга* – знак родовой или племенной принадлежности. Фактически тамга служит маркером социального неравенства, по которому можно определить, какое место занимает род в социальной иерархии общества. К примеру, знак тамги на каком-либо домашнем животном указывает на собственность конкретного рода, приставка «белый» или «черный» на знатность рода и т.д. По мнению В.Я. Бутанаева, в результате развития общественных отношений часть родовых знаков хакасов превратилась в аальные тамги, которые выражали интересы аальной общины, другая

часть превратилась в фамильные тамги и отражала интересы индивидуальных хозяйств [2, с. 31].

Особенно наглядно проявления символической атрибутики можно наблюдать во время национальных праздников, когда происходит публичная презентация родовой символики. Презентация рода как одна из форм социального взаимодействия оформлена определенным образом, она включает различные атрибуты. Так, представление и знакомство с историей рода оформлено в виде генеалогического древа, в котором зафиксированы все представители одного рода. Они различаются степенью сложности и качеством выполнения. Демонстрирование традиций рода проявляется в особом оформлении национальных блюд, специфики покроя и рисунка орнаментов одежды и т.д. Собранные из деревянных брусьев конструкции, схематически напоминающие традиционные жилища, символизируют дом, очаг, т.е. сердце семьи, рода.

Однако, по сути, презентация рода носит ярко выраженный демонстративный характер и выполняет медиативную функцию. Декорирование, украшение различными рисунками и нанесение цветовой гаммы как бы указывает на праздничность данного события, отграничивая таким образом повседневную жизнь от мира праздника. Например, ношение праздничной национальной одежды на праздничном мероприятии будет воспринято как соответствующее данной ситуации поведение, тогда как в повседневной жизни, скорее всего, будет сочтено как отклоняющееся. Или другой пример – в ситуации праздничного шоу встреча каждого гостя, угощение его различными блюдами и напитками укладывается в представление о должном поведении, но в обычной жизни вряд ли можно встретить такое широкое гостеприимство. Выходит, что проявления знатности можно обнаружить и в материальных объектах и предметах, которые, по сути, не что иное, как реквизит, знак или сообщение, которое «придает социальным ситуациям связность и целостность» [4, с. 16] и служит символическим выражением традиционных ценностей.

Кроме того, существует язык как способ передачи социокультурного опыта, в т.ч. и родовых отношений. Он представляет собой единую систему знаков и средств выражения, которая разделяется и понимается всеми одинаково. Поэтому одним из значимых факторов, влияющих на формирование социального капитала на уровне

рода является *язык* как важный элемент культуры, являющийся отражением духовной жизни общества. В частности, это проявляется в особенностях различения родов по их родовому имени. К примеру, существуют роды, которые имеют общее происхождение от одного предка и одно общее родовое имя. Однако по каким-либо причинам компактно проживают в удаленных друг от друга местностях, имеющих различное географическое положение. В результате этого к родовому имени прибавляется приставка, отражающая особенности географии расположения рода (горные–речные, лесные–степные). Так, происходит различение родов по территориальному признаку, которое находит свое отражение в языке.

В целом, язык служит одним из способов структурирования реальности. Благодаря языку как общепринятой в данном сообществе кодов (сигналов, знаков), имеющих определенный смысл, значения, партнеры достигают надежного взаимопонимания, являющегося основой, предпосылкой любого социального взаимодействия. Особенно наглядно это можно наблюдать при дифференциации родов по степени их знатности, что также отражается в языке. Так, у многих народов существует разделение на белую и черную кости, обозначающие принадлежность соответственно к знатым и незнатым родам. В этом случае к родовому имени также прибавляется приставка, указывающая на такую принадлежность. Таким образом, язык как один из факторов формирования социального капитала, с одной стороны, выполняет функцию идентификатора через обозначение родовой принадлежности, а с другой стороны, функцию интерпретатора, структурирующего социальный мир, упорядочивающего все многообразие различных моделей родовых отношений. Фактически, язык, отражая особенности социальной структуры и своеобразия общества, воспроизводит социальное неравенство.

В заключение необходимо отметить значимость социокультурного капитала рода в процессе воспроизводства всего общества. С одной стороны, формирование такого капитала наделяет представителей этнических сообществ дополнительным ресурсом в достижении собственных целей, но с другой, препятствует развитию открытого социального капитала, доступного членам всего социокультурного сообщества.

Список литературы:

1. Бромлей Ю.В. Национальные процессы в СССР: в поисках новых подходов. – М.: Наука, 1988. – 208 с.
2. Бутанаев В.Я. Происхождение хакасских родов и фамилий. – Абакан: Лаборатория этнографии НИС АГПИ, 1994. – 93 с.
3. Долгих Б.О. Родовой и племенной состав народов Сибири в XVII в. – М: Издательство АН СССР, 1960. – 624 с.
4. Социология вещей. Сборник статей / Под ред. В. Вахштайна. – М.: Издательский дом «Территория будущего», 2006. – 392 с.
5. Belliveau M., O'Reilly C., Wade J. Social capital at the top: Effects of social similarity and status on CEO compensation // Academy of Management Journal. – 1996. – P. 1568–1593.